Il budget di Google Ads

si calcola a ritroso dalle opportunità

Clic, richieste accettate e margine: i numeri d'esempio dell'articolo

1 Dalle opportunità desiderate ai clic da pagare

10 opportunità desiderate → **÷ 0,50** → **20** richieste necessarie → **÷ 0,05** → **400** clic necessari → **× 5 €** → **2.000 €** spesa per gli annunci

- **÷ 0,50** il 50% delle richieste viene accettato
- **÷ 0,05** il 5% dei clic genera una richiesta
- **× 5 €** costo per clic, o CPC

100 € costo pubblicitario per richiesta: 2.000 € ÷ 20

200 € costo pubblicitario per opportunità: 2.000 € ÷ 10

Spesa = opportunità × CPC ÷ (richiesta × accettazione)
i tassi come decimali: 5% diventa 0,05 e 50% diventa 0,50

2 Il clic più caro può costare meno

Clic da 12 €
richieste dal 10% dei clic, 50% accettate

Clic da 1 €
richieste dal 2% dei clic, 10% accettate

Costo per clic



Costo per opportunità



Il solo CPC farebbe scegliere le opportunità da 500 €
il confronto utile arriva al costo per opportunità accettata

3 La soglia per gli annunci nasce dal margine

2.000 € margine per cliente → **1 su 4** opportunità diventa vendita → **500 €** margine atteso per opportunità



100 €: gestione, pagina, misurazione e attività commerciale

Aumenta la spesa solo quando:

- ✓ il costo per opportunità è sostenibile
- ✓ ci sono altre ricerche utili da raggiungere
- ✓ la tua azienda riesce a seguire nuove richieste

20 € al giorno di media: fino a 40 € in un giorno
e non oltre 608 € nel mese, 30,4 volte il budget medio

Fonte: guide di Google Ads per i limiti di spesa; gli altri numeri sono d'esempio

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Quanto investire in Google Ads: come calcolare il budget
https://www.klc.it/blog/campagne/budget-google-ads-b2b-dal-costo-per-clic/